

# MEDIENETHIK

DOMINIC KOSCHOLKE & NECATI ERDEN

---

---

---

---

---

---

---

## GLIEDERUNG

- Was sind die Medien?
- Was ist Medienethik?
- Bereiche der Medienethik
- Nachrichten
- Werbung
- Beispiele

---

---

---

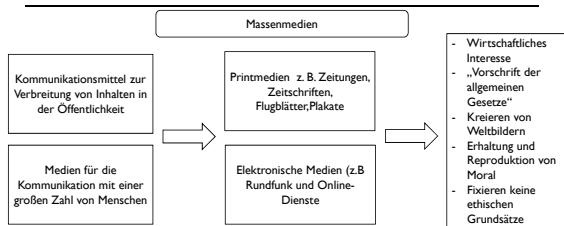
---

---

---

---

## WAS SIND MEDIEN?



---

---

---

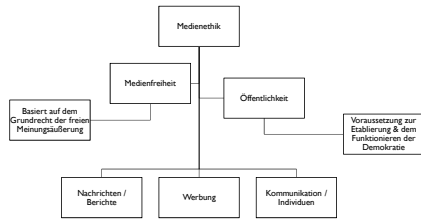
---

---

---

---

## WAS IST MEDIENETHIK




---

---

---

---

---

---

---

---

## BEREICHE DER MEDIENETHIK

- Öffentlichkeit
- Demokratie und Medienfreiheit
- Rechte und Normen
- Kommunikationsmittel

---

---

---

---

---

---

---

---

## ÖFFENTLICHKEIT

- Medien sind Instrumente zur Realisierung von Öffentlichkeit
- Hemmung des öffentlichen Handelns
- „Alle auf das Recht anderer bezogene Handlungen, deren Maxime sich nicht mit der Publizität vertrage, sind Unrecht“ (Kant)
- Eine Voraussetzung zur Etablierung und Funktionieren der Demokratie
- Güter der Öffentlichkeit müssen rechtlich und moralisch abgewogen werden
- Schutz der Demokratie → wahre Informationen → sie sind abhängig von Fremdbewertung

---

---

---

---

---

---

---

---

### DEMOKRATIE & MEDIENFREIHEIT

- Medienfreiheit ist analog zur Meinungsfreiheit → Individuum = höchster Status
- Freie Meinungsäußerung → individuelles Freiheitsrecht → gefördert durch die Medien
- Die Menschenwürde und das gesellschaftlich demokratische Prinzip wird geschützt
- Durch Medienberichte wird auf einen Normverstoß aufmerksam gemacht, wodurch die Notwendigkeit von rechtlichen Regelungen aufgezeigt wird

---

---

---

---

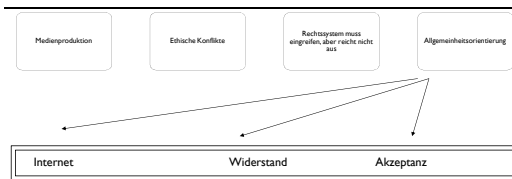
---

---

---

---

### RECHTE UND NORMEN




---

---

---

---

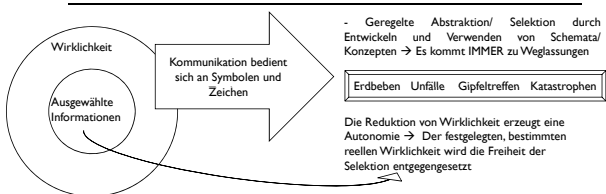
---

---

---

---

### KOMMUNIKATIONSMITTEL




---

---

---

---

---

---

---

---

### KOMMUNIKATIONSMITTEL II

---

Wirklichkeit

Vorstellungen von Moral und die fortwährende Reproduktion einer Norm durch „ausgewählte und abstrahierte“ Ereignisse/ Schemata

- Schurken
- Opfer
- Helden

Selbst wenn alle Berichte der Wahrheit entsprächen, stellt man sich die Frage „Wozu?“ berichten uns die Medien dies?

Die Auswahl bestimmter Informationen und Inhalte wird häufig als Manipulation verstanden, jedoch handelt es sich um eine systeminterne Problematik und nicht um einen geplanten Effekt der Massenmedien.

---

---

---

---

---

---

---

---

### KOMMUNIKATIONSMITTEL III

---

- Die Auswahl und Schemabildung dient dem Kommunikationsmittel, denn so entstehen Zeichen auf die man später zurückgreifen kann
- Die Auswahl und Schemabildung gibt allem eine besondere Färbung und entscheiden, somit die situative Bedeutsamkeit und darüber, ob etwas erinnert werden soll oder nicht

Medien berichten um gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu sein um ideologische Optionen zu fördern um politische Tendenzen zu stützen um den gesellschaftlichen Status Quo zu erhalten

---

---

---

---

---

---

---

---

### NACHRICHTEN UND BERICHTE

---

Vorstellungen des Überraschenden und Neuen / Interessanten

Unternehmergeist/ wirtschaftliches Interesse

Systemcode ist wahr/ unwahr also können Nachrichten nicht AN SICH ethisch sein (böses/gutes Handeln)

Nachrichten/ Berichte

Journalisten transformieren die Unwahrscheinlichkeit täglich Neues berichten zu können in eine Wahrscheinlichkeit

---

---

---

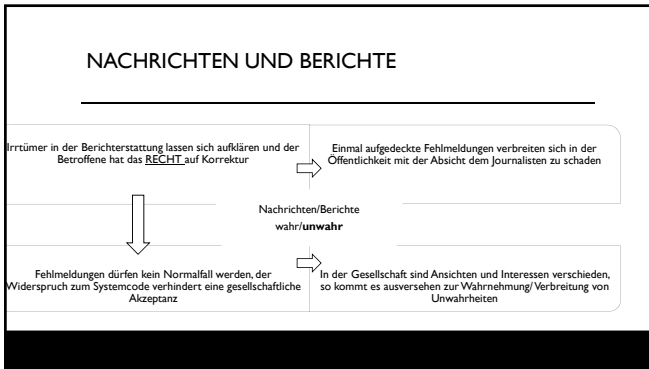
---

---

---

---

---




---

---

---

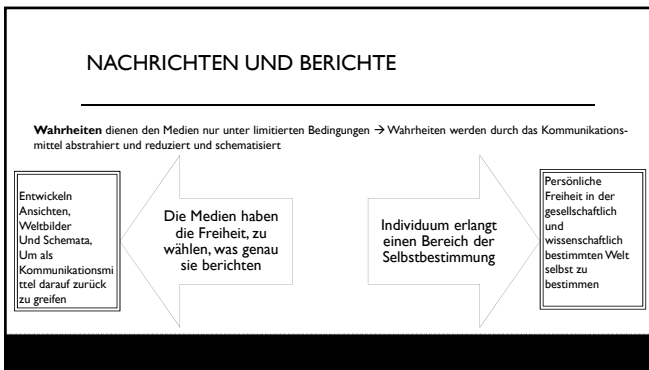
---

---

---

---

---




---

---

---

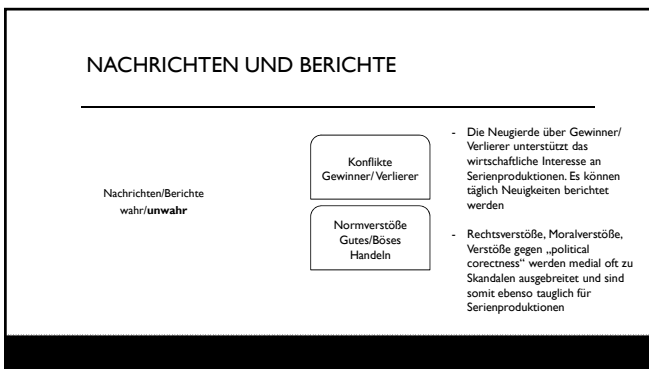
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

### NACHRICHTEN UND BERICHTE

Das Berichten über einen Normverstoß erzeugt die eigentliche Norm erst, die zuvor eher nur „galt“ und macht im Weiteren deutlich, dass es rechtliche Regelungen geben muss.

Das Vorführen eines ertappten Missetäters zeigt „nur“, dass ethische Grundsätze/Kriterien benötigt werden.

Der Code der Moral (gutes/böses Handeln) wird in Nachrichten mit Normverstößen reproduziert (moralisierendes Reden ohne Verpflichtungen), aber das Rechtssystem legt die Kriterien letzten Endes fest.

---

---

---

---

---

---

---

---

### NACHRICHTEN UND BERICHTE

Niemand kennt den Gesamtzusammenhang eines von der Norm abweichenden Verhaltens, oder wie sich die Mehrheit in der gleichen Situation verhalten würde

Einzelfallberichte geben der Handlung ein amoralisches Subjekt und stärken somit die Norm indirekt, weil man Entrüstung und Betroffenheit empfinden kann.

Normverstöße, die am Handelnden festgemacht werden, vereinfachen die Meinungsbildung

Normverstöße werden in verwendet, wenn ihnen einen moralische Bewertung beigemischt werden können. Bewertung gutes / böses Handeln bietet Anlass zur Be/Missachtung einer Person

---

---

---

---

---

---

---

---

### NACHRICHTEN UND BERICHTE

- Berichte von Moralverstößen oder Normverstößen belehren oder predigen nicht was Recht oder Unrecht ist!!
- → Dem Individuum wird die Möglichkeit gegeben selber zu dem Entschluss zu kommen
- „So nicht!“, wodurch es einen bedeutsamen Bereich der individuellen Freiheit erlangt, in einer vor- und fremdbestimmten Welt selbst zu bestimmen.

---

---

---

---

---

---

---

---

## WERBUNGEN

- Rätselhaftes Phänomen → gut situierte Gesellschaft wird durch die Werbungen manipuliert → Akzeptanz der Dummheit → großes wirtschaftliches Interesse
- Systemcode: „Jedenfalls geht es nicht um subjektiv zurechenbare Differenzen wie Aufrichtigkeit/Unaufrichtigkeit oder Wahrhaftigkeit/Unwahrhaftigkeit, sondern in jedem Fall nur um schönen Schein.“
- Unaufrichtiges Arbeiten und Vorgehen → Todsünde der Massenmedien auf ihr
- Durch diverse Kommunikationsmittel versucht sie Kaufmotive zu schaffen oder etwas abzudecken
- Paradoxe Sprachgebrauch → sparen aber dennoch Geld ausgeben
- Die Freiheit wird indirekt beeinflusst → unbewusste Entscheidungen der Beworbenen
- Individuelle Freiheit wird gefördert → größeres Angebot

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## FALLBEISPIELE

- Berichte über den Besuch von Özil und Gündogan bei Erdogan in verschiedenen Regionalzeitungen
- 2 Werbespots

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## LITERATUR UND QUELLEN

- Horster, Detlef: Angewandte Ethik. Texte und Materialien, 86-90. Stuttgart 2013
  - Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. 5. Aufl. Opladen 1996
- Berichte
- <https://www.bild.de/politik/ausland/recep-tayyip-erdogan/oezil-guendogan-nach-erdogan-propaganda-zur-wm-3569999.bild.html>
- Werbungen
- <https://www.youtube.com/watch?v=4lW67ohivUQ>
  - <https://www.youtube.com/watch?v=dRyZd3-biQ>

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---